



黃德源

公關創意 演繹童心

學生到人稱「廣告界少林寺」的廣告公司實習。上班首天，上司擲來一份電視廣告，要他構思銷售健康飲品。既無指示，亦無指導，廣告天地，原是茫無涯際；這次戰戰兢兢，硬着頭皮盡力一試，展開了黃德源（81 新亞新聞及傳播）悠悠30載星光閃爍的廣告創意之路。

那位放手讓下屬自由發揮的上司，就是已故著名創作人林振強。「他對我十分信任！他不會一字一句教我做事，但反而會問我，我對某事情的看法，並向我解釋及分析他的想法，最後讓我自行吸收。可以說，他教曉我思考的方法。」談及林振強昔日的啟迪與栽培，那段刻苦學習「十八般武藝」時光，黃德源仍然雀躍不已。廣告創意講求不拘一格，要能提供空間讓思想自由馳騁，並不是每個創作人都有機會嘗試。

捨安穩 破格求新

畢業後曾在多間著名的廣告公司任職，在短短4年間，黃德源已由客戶主任躍升至廣告公司董事；5年後，他更毅然走出安穩舒適的環境，成立公關廣告公司IPS。公司成立以來，曾創下多個「創舉」：90年代初已在最暢銷的兩份報章《北京晚報》及《北京青年報》的報頭做前導式廣告（Teaser Ad）宣傳，開幕剪綵吸引萬人圍觀，引起全城熱話；曾把

演藝學院的舞台設成晚宴場地，利用舞台環境在晚宴桌旁表演，別開生面；沙氏期間策劃「一人一歡笑」活動……大膽新穎的嘗試每帶來驚喜，令IPS的聲名大噪。

談創意，黃德源不諱言既要有天賦，但亦要有後天訓練，經常保持「童心」則是創意之源。他說：「保持童心能讓自己有一開放的心靈去接受新事物、新信息。例如我對十多歲孩子的玩意都感興趣，早年我更是首批『試玩』微博的人，後來更介紹多個演藝界的朋友開戶呢！」對每樣事物都感興趣，能令思想活躍，撞擊出新的點子。黃德源強調，童真不是幼稚，而是好奇、好學。

創先河 勇作嘗試

要說破天荒的嘗試，不得不提黃德源2000年在故宮珍寶館創先河的經驗。「很多人說不行，但最後我做到了！那時首先是先想『可能』，再想解決方法。嘗試有可能成功，但

不嘗試就一定不能成功！」黃德源興奮地說。幾經波折，雖破例獲批，但在這莊嚴的聖地舉辦活動卻仍會遇到多種挑戰：須再向多個國家機關申報、活動不能事先綵排、時間緊迫，必須在下午4時30分珍寶館閉館後才開始……「既不能預先綵排，就在附近搭建一個同樣的舞台綵排；在活動上，我們考據名錶曾被收藏在珍寶館的歷史，以此作為引子演繹故事，並請來國際超級名模等參與，展現中西文化交流。」活動獲得領導人出席，電視台亦有播放（見圖1）；對於當天盛會，黃德源記憶猶新，至今仍回味不已。



1993年黃德源把SWATCH打入內地市場。右為國務院港澳事務辦公室前副主任陳滋英。

黃德源另一項得意之作，同樣令人留下深刻印象。「12年前，要宣傳一隻名為『Undercover』的手錶，由於市場上已有同類產品，且價格亦較低，要把它打入市場，實為挑戰。但我覺得，凡事未必一定不可能！」黃德源說。他明白到要讓新產品脫穎而出，宣傳必須有震撼力，若能同時把現有市場拓闊，或能令產品闖出一片天；由「Undercover」的名字，令黃德源想到別出心裁的點子：起用新星吳彥祖，善用他健碩的身形拍攝近乎全裸的硬照作為雜誌封面，在重要部位放上原大的手錶圖樣，並蓋上「Scratch to see what's undercover.」（刮看下藏乾坤）字樣的塗層，其後因技術問題，改用貼紙製作（見圖2），成功吸引男女讀者的注意。具爆炸力的封面，在雜誌出版當天已全綫售罄，並為該期雜誌創下銷售速度最快的紀錄，大膽創新的意念為手錶贏得口碑及滿意的銷量。

學製作 過程開心

回想在中大的日子，除了實習讓黃德源大開眼界之外，他記得當年新聞及傳播學院網羅了業內頂尖的廣告高手如David Kan、Viveca Chan，令他不禁有「中大給予我很多！」之嘆。此外，學生需輪流

圖1



負責包辦學系電視台的節目製作，由新聞到劇集，由編劇、攝影、演員、導演，到新聞主播，都要一應

**童心是創意之源。
保持童心能讓自己有一開放的心靈
去接受新事物、新信息。**

參與。黃德源笑着回憶說：「為學系電視台製作節目，我找來現時已任寰亞綜藝集團行政總裁的莊澄

（80 新亞哲學），及現成為資深新聞人的羅燦（79 新亞新傳）太太周慧珠（81 新亞新傳）擔任男女主角，演繹愛情故事。」此外，當年同學們像電視真人騷《飛黃騰達》般分組到酒店銷售，互相較勁的經驗，同樣令黃德源感到緊張刺激。

黃德源入行以來，

曾與無數明星藝人合作，廣結善緣，星光燦爛的創意路上不忘社會責任，與藝人一起進行慈善活動；

他坦言，從未想過會作各種破格的嘗試：「我從來也沒有想得太多。我認為得失之間，冥冥中自有注定，很多事也不由你控制。最重要的，都是『做得開心』！」

他勉勵在學弟妹，工作不要怕「蝕底」，保持純真童心，才能讓創意迸發。



圖2

黃德源：創意只是mix and match

多年來，創作既成黃德源生活的一部分，「繆思」對他來說並不神秘。他說：「創意其實無處不在，真正嶄新的創意不多，不少都是『舊酒新瓶』或『舊瓶新酒』，mix and match（不同配搭）出來。」就像投票選舉其實並非甚麼新事物，但在20年前，他已舉辦「十大性感俊男美女選舉」，而林青霞、關之琳、張國榮等更支持應邀出席頒獎典禮，星光熠熠不但引起全城熱議，也驗證了簡單創意那難以估量的效應。樹高千丈，落葉歸根，黃德源一直強調的仍是要回到赤子獨有的好奇心。只有常保童真，創意才會源源不絕。

黃德源小檔案

1981	香港中文大學新亞書院社會科學學士 在APB D'Arcy廣告公司任職客戶主任
1983	在FCB廣告公司任職客戶經理
1985	在Lee Wolter公關廣告公司任職董事
1990至今	成立IPS傳藝公關廣告公司 (Integrated Publicity Services)
1993	開拓中國市場，主理SWATCH的廣告及公關宣傳工作
2000	為浪琴表企劃故宮第一個大型演出 「浪琴優雅風采展現紫禁城」
2010	慶祝公司成立20周年推出慈善郵票， 為聯合國兒童基金會籌得40萬善款 在新浪微博 (weibo.com/ipshk) 及 騰訊微博 (t.qq.com/ipshkg) 開設 《IPS傳藝》帳號。至今新浪粉絲超過 80,000人，騰訊粉絲超過1,100,000人